

CREACIÓN DE PORTALES WEB

BRYAN DANIEL SANCHEZ CASILIMAS

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2009**

CREACIÓN DE PORTALES WEB

BRYAN DANIEL SANCHEZ CASILIMAS

**Informe final Pasantía para optar al título de
Diseñador Grafico**

Director

CARLOS HERNANDO CERON M.

Ingeniero de Sistemas

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

SANTIAGO DE CALI

2009

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Diseñador grafico

ANDRES GIOVANNI ROZO SAMER

Jurado

ANDRES FABIAN AGREDO RAMOS

Jurado

CARLOS HERNANDO CERON MEZA

Director

Santiago de Cali, 01 de Abril de 2009

CONTENIDO

	Pág.
1.- INTRODUCCIÓN	6
2. -RESUMEN	8
3. -DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	18
4. -OBJETIVOS	20
4.1 -OBJETIVO GENERAL	20
4.2 -OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
5.0. -INTERESES DE LA PASANTÍA	21
5.1 -INTERÉS ACADÉMICO	21
5.2 -INTERÉS PROFESIONAL	21
5.3 -INTERÉS LABORAL	21
6.0. -FUNCIONES	22
7.0 -MARCO CONTEXTUAL	22
8.0. -MARCO TEÓRICO	23
9.0. -METODOLOGÍA	31
9.1- DESARROLLO DEL PLAN METODOLÓGICO	31
9.2 -¿QUÉ SE CUMPLIÓ DE LO PACTADO?	32

10 - SOFTWARE UTILIZADO	33
11. TALENTO HUMANO	34
12 -CONCLUSIONES	35
13- BIBLIOGRAFÍA	36
14- ANEXOS	37

LISTA DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1.Logosímbolo existente unidad de enlace	8
Figura 2.Primer a propuesta home unidad de enlace	9
Figura 3.Primer a propuesta páginas internas unidad de enlace	9
Figura 4. Icono empresas unidad de enlace	10
Figura 5.Icono quienes somos unidad de enlace	10
Figura 6.Icono creación de empresas unidad de enlace	10
Figura 7.Icono entidades de apoyo unidad de enlace	10
Figura 8.Segunda propuesta páginas internas unidad de enlace	11
Figura 9.Propuestas finales unidad de enlace	12
Figura 10.Icono gestión empresarial consejo mipymes	14
Figura 11.Icono emprendimiento consejo mipymes	14
Figura 12.Icono información empresarial consejo mipymes	14
Figura 13.Icono quienes somos consejo mipymes	14
Figura 14.Propuestas finales consejo mipymes	15
Figura 15.Icono relaciones corporativas mipymes	17
Figura 16.Icono desarrollo empresarial mipymes	17
Figura 17.Icono creación de empresas mipymes	17

Figura 18.Icono unidad de enlace mipymes	17
Figura 19.Icono consejo regional mipymes	17
Figura 20.Propuestas finales mipymes	18

LISTA DE ANEXOS

	Pag.
Anexo A .Cronograma de actividades	6
Anexo B .Manual de identidad corporativa unidad de enlace	10

1. INTRODUCCIÓN

CREACIÓN DE PORTALES WEB

Para este proyecto se desarrollaron tres portales web, para el centro de relaciones corporativas de la Universidad Autónoma de Occidente, a cargo del señor JESÚS HERMES GAMBOA, en donde se pondría a prueba todas mis competencias adquiridas a lo largo de la carrera; conocimiento relacionado con la identidad corporativa y el diseño web. Por otra parte el desarrollo de estos proyectos tomo como prioridad de diseño web la usabilidad, según Jakob Nielsen “la usabilidad es la rapidez con que se puede aprender a utilizar algo, la eficiencia al utilizarlo, cuan memorable es, cual es su agrado de propensión al error y cuanto le gusta a los usuarios” ¹.

El desarrollo de estos proyectos de portales Web se dividió en tres etapas principales:

Pre diseño: objetivos, público, contenidos, mapa de navegación

Diseño: Estructura, visualización, Diseño de gráficos, Diseño de páginas, Establecer links, internos y externos, Incorporar archivos

Instalación y prueba: Prueba de todos los links y usabilidad.

El desarrollo de este proceso de pasantía requirió del diseño de un cronograma de actividades archivo anexo, también cabe hacer salvedad que los tres proyectos se construyeron sin la utilización de un brief existente, por lo tanto se diseñaron sin un concepto inicial por parte del cliente, esto corresponde a la libertad otorgada por los directivos a la hora de hacer las propuestas

¹ USABILIDAD PRIORIDAD EN EL DISEÑO WEB. Que es usabilidad, 2006. p.17

UNIDAD DE ENLACE

Es un portal creado por una alianza entre tres instituciones: la Universidad Autónoma de Occidente Cali, representada por el centro de relaciones corporativas a cargo del señor Jesús Hermes Gamboa, la Universidad Santiago de Cali, y la caja de compensación familiar Comfandi.

CONSEJO REGIONAL MIPYMES

El consejo regional mipymes tomó la decisión de crear este portal con el fin de brindar información a las empresas y que éstas puedan acceder más fáciles, información de creación de empresas, leyes, artículos y tips relacionados con el tema.

MIPYMES DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE

Este es un portal que se encontraba en funcionamiento pero presentaba grandes falencias gráficas, así que se tomó la decisión de rediseñarlo para hacerlo más funcional, más accesible a la información, más llamativo y usable para los usuarios finales.

Lo que tienen en común estos tres portales es que son muy similares dado que su objetivo general es proveer a clientes, empresas o personas del común interesadas en los temas allí contenidos, toda la información relacionada con el funcionamiento, creación o manutención de empresas.

2. RESUMEN

UNIDAD DE ENLACE

El primer proyecto a desarrollar fue el de la unidad de enlace, porque era el que se requería con mayor urgencia ya que los directivos tenían la mayor parte del cronograma para el proyecto, en otras palabras la etapa del **pre diseño** que corresponde a: objetivos, público, contenidos ya estaba concluida, partiendo de ese punto se desarrollaron las otras dos etapas **diseño, instalación y prueba**.

Para este proyecto se realizaron unas primeras propuestas de diseño, que fueron elaboradas en un principio con un logotipo ya existente (figura1)



figura1

Logotipo existente

Estas propuestas fueron presentadas a un consejo conformado por las tres instituciones, pero no fueron aprobadas por la mayoría del consejo reunido. Para ser más específico no fueron aprobadas por los representantes de Comfandi, ya que estas personas presentaban cierto inconformismo no solo con las propuestas sino con el logotipo que ya existía como lo muestra la figura 2



Figura 2

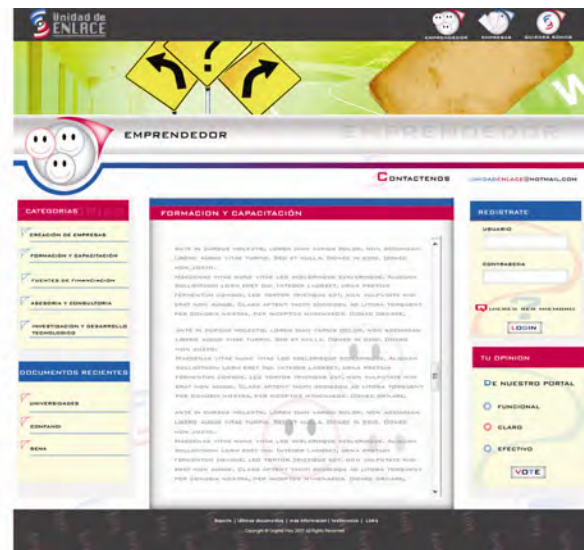


figura 3

En la figura 2 la primera propuesta del home

Figura 3 primera propuesta de las páginas interiores

Como conclusión de esta primera reunión se tomó la decisión de rediseñar la identidad corporativa del proyecto retrasando un poco el cronograma, partiendo con el rediseño del logotipo para poder desarrollar el diseño de las plantillas.

Se enviaron las primeras versiones del nuevo logotipo y una de estas fue aprobada, pero se siguieron unos pequeños cambios; que una vez realizados, el logotipo no tuvo ningún problema en ser aprobado de forma definitiva.



Nuevo logotipo manual de identidad corporativa archivo anexo

Partiendo de esto se empezaron a diseñar las plantillas del proyecto empezando por los iconos para cada ítem, cada icono contiene un color del logotipo así mismo la plantilla respectiva.



Figura 4

Figura 5

Figura 6

Figura 7

Empresa s

¿Quiénes somos?

Creación de empresas

Entidades de apoyo

Para la figura 7 entidades de apoyo se tomó la decisión que no se necesitaba un icono y la información fue incluida en otros ítems.

Una vez desarrollados y aprobados los iconos se empezó con el diseño de las plantillas que a su término se presentaron al consejo.

La mayoría del consejo estaba conforme con las propuestas pero los representantes de Comfandi demostraron cierto inconformismo, así que se decidió hacer otras propuestas para evaluar con cuál de las dos se quedaba el proyecto.



Figura 8
Segunda propuesta Páginas internas

En esta figura aparecen las propuestas de las páginas interiores de acuerdo al icono

Posteriormente se diseñaron otras propuestas acorde con las sugerencias aportadas por el consejo, que tenían relación con términos de espacio y diagramación en cuanto al texto, éstas fueron aprobadas y recibidas satisfactoriamente (figura 9) ya que el nuevo diseño otorgaba más espacio a los documentos.

Una vez aprobadas las plantillas se procedió con el montaje de la información. Para este proceso se requirió la ayuda de estudiantes de la universidad Autónoma Cali, quienes estaban relacionados con la asignatura (Administración de

Contenidos Web) dictada por el profesor Carlos Cerón director de esta pasantía, el profesor Carlos Cerón vio la posibilidad de empalmar estos proyectos con los estudiantes y así conformar un grupo de trabajo que le serviría a los estudiantes como proyecto de fin de materia, la ayuda de los estudiantes consistía en la parte de montaje de información con la plataforma escogida, la cual por determinación del cliente desde inicios del proyecto se escogió el Sistema Administrador de Contenidos Joomla.

Una vez concluido con este proceso se procedió a poner a prueba el portal para detectar errores en su funcionamiento.



Figura 9

Propuestas finales

En esta imagen aparecen las propuestas finales del home y las páginas internas

PROYECTO 2

CONSEJO REGIONAL MIPYMES

El segundo portal que se trabajó fue el de concejo regional Mipymes, el cual tenía una persona encargada de tomar las decisiones en cuanto a lo que se aprueba y lo que no, esto facilitó un poco las cosas ya que este proyecto no contaba con ningún consejo o varias personas que influyeran en la decisión. Esa persona era el señor Jesús Hermes Gamboa, que después de una reunión en la que se dejó claro lo que se requería para este proyecto, como coherencia gráfica entre iconos y plantillas, facilitar la navegación mediante el uso de iconos representativos de cada ítem.

Este proyecto también contaba con la etapa de pre diseño completa (objetivos, público, contenidos, mapa de navegación) ya que es un portal que se encontraba en funcionamiento, partiendo de este punto se empezó a desarrollar las otras dos etapas.

Este proyecto ya contaba con su logotipo aprobado por el consejo regional mipymes.



Logotipo existente

Este proyecto también contó con el desarrollo de iconos representativos de cada ítem, el resultado de estos iconos es la combinación de formas orgánicas con

lineales, apoyadas en un contraste de colores complementarios que a través del contraste se enriquecen.



Figura 10



Figura 11



Figura 12



Figura 13

Gestión empresarial Emprendimiento Información empresarial Quienes somos

Estos iconos no requirieron ningún cambio.

Para este proyecto se tomó como referencia el logosímbolo, partiendo de éste se desarrollaron las propuestas de diseño vinculando los colores del mismo para generar coherencia grafica y sentido de pertenencia con cada plantilla, dándole siempre prioridad al espacio que contiene los documentos figura 14 .

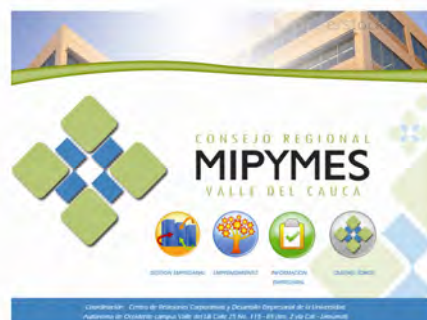




Figura 14

Propuestas finales

En esta figura aparecen las propuestas finales aprobadas que incluye el home y las páginas internas

Este proyecto también contó con la ayuda de estudiantes de la universidad autónoma de Cali para el proceso de montaje, una vez concluido este proceso se procedió a poner la página en periodo de prueba para verificar un funcionamiento correcto.

PROYECTO 3

MIPYMES DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE

El tercer proyecto que se trabajo fue el de Mipymes de la Universidad Autónoma de Occidente, portal a cargo del señor Jesús Hermes Gamboa también orientado hacia la información de las empresas como ya se explico anteriormente.

Este portal ya se encontraba en funcionamiento lo que se requería era un rediseño en su estructura y visualización (interfaz gráfica), a su vez cambiar el sistema de administración con el cual se manejaba el portal pasándolo a Joomla, que como lo mencioné anteriormente es una herramienta de gran ayuda ya que facilita el mantenimiento de la información por varias personas sin generar un cuello de botella en la actualización de la información.

Para este proyecto se requería el rediseño total de la interfaz grafica pero tomando como referencia de cierta manera el diseño de la página de la universidad, ya que este portal pertenece a la universidad y se debe de tener coherencia y unidad de diseño.

Las propuestas de las plantillas fueron desarrolladas de acuerdo a esos lineamientos, se desarrollaron los iconos para cada uno de los ítems y las plantillas para cada ítem siguiendo con el estilo de diseño aplicado en los proyectos anteriores de acuerdo con la petición de Jesús Hermes Gamboa. Este estilo de diseño consistía en diseñar iconos representativos y coherentes para cada ítem, siguiendo con la aplicación del contraste entre colores complementarios que producen una sensación de equilibrio visual.



Figura 15
Relaciones
Corporativa

Figura 16
Desarrollo
Empresarial

Figura 17
Creación de
Empresas

Figura 18
Unidad
de enlace

Figura 19
C.regional
Mipymes

Estos iconos no requirieron ningún cambio.

Una vez finalizados los entregables, él señor Jesús Hermes Gamboa los reviso y aprobó sin ningún problema ya que cumplían con todas sus expectativas. Después del montaje el portal se puso en etapa de prueba de acuerdo con la metodología de desarrollo web.





Figura 20

Propuestas finales

En esta figura aparecen los diseños finales aprobados del home y de las páginas interiores

3. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El CRC es el centro de relaciones corporativas de la universidad Autónoma de Occidente a cargo del señor Jesús Hermes Gamboa.

En este departamento de la Universidad se coordinan las prácticas, las pasantías, la bolsa de empleo para estudiantes aparte de muchos otros servicios.

El señor Jesús Hermes Gamboa como representante de este departamento fue la persona que me contacto para hacer los proyectos.

Se plantearon tres proyectos a desarrollarse los cuáles consistían en el diseño de tres portales web que son:

La unidad de enlace, Consejo regional Mipymes, Mipymes de la Universidad Autónoma de Occidente.

El planteamiento del problema general para los tres portales era básicamente el mismo, diseñar tres portales web que brinden información a las empresas y aporten a su desarrollo, son portales donde las empresas pueden encontrar un apoyo para aclarar dudas sobre el sostenimiento de la misma basándose en toda su amplia gama de contenidos.

Gracias a la labor del señor Jesús Hermes Gamboa se contaba con la información de los tres portales, esto se logró gracias a un arduo trabajo desarrollado a lo largo de mucho tiempo, pero la manera de brindar y actualizar la información no era adecuada, por esta razón se tomó la decisión de rediseñar los portales con el fin de facilitar la apropiación y actualización de los contenidos de una manera más efectiva, convirtiendo los portales en una herramienta de comunicación al servicio de los objetivos por medio del diseño gráfico, que en este caso jugaría un papel muy importante, en el desarrollo comunicativo de los portales.

En el caso del portal Mipymes de la Universidad Autónoma de Occidente, éste era un portal que ya existía pero se le quería dar otra imagen más contemporánea teniendo en cuenta el diseño de la página de la Universidad ya que este portal pertenece a la Universidad y debe contener cierta coherencia y unidad con el diseño institucional.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar los tres portales web para las siguientes organizaciones: La unidad de enlace, Consejo regional Mipymes y Mipymes de la Universidad Autónoma de Occidente, para que éstas por medio del diseño gráfico, se conviertan en herramientas de comunicación y puedan facilitar la apropiación de los contenidos, a su vez facilitar la navegación teniendo en cuenta ciertos criterios como: Que cada página sea fácil de cargar, Que las páginas sean fáciles de leer, Establecer guías visuales que permitan saber que cada página pertenece al mismo sitio, estos elementos puede evitar que más de un visitante se pierda dentro de un Web y pierdan interés ..

4.2 OBJETIVO ESPECIFICOS

- Aprovechar el diseño gráfico para que los portales se conviertan en sistemas de comunicación efectiva y puedan llegar a aquella parte de la población a la que pretendemos alcanzar e influir con los contenidos.
- Por medio del diseño gráfico crear elementos que faciliten la accesibilidad del portal como iconos y elementos gráficos que ayuden a enriquecer la interfaz gráfica
- Aportar con los proyectos brindándoles en términos de diseño, una buena imagen de manera que cumplan con los objetivos propuestos

5. INTERESES DE LA PASANTIA

5.1 INTERÉS ACADEMICO

El objetivo de desarrollar esta pasantía era en un principio el de potenciar competencias relacionados al diseño web, y a todo lo que implica el desarrollo de un portal web teniendo en cuenta los lineamientos para el desarrollo de este, gracias a esta pasantía pude adquirir y complementar mis conocimientos en procesos como el diseño de plantillas para página web y procesos de montaje de información. También tuve un acercamiento con nuevas herramientas como lo es la plataforma Joomla que es un sistema de administración de contenidos y facilita la actualización de éstos.

5.2 INTERÉS PROFESIONAL

Gracias a este proceso de pasantía pude tener un acercamiento al mundo profesional, ya que se pasa de un entorno educativo a un entorno real con clientes reales, me parece que la pasantía es un empalme perfecto que aclara muchas dudas y acerca a los estudiantes un paso más hacia el mundo laboral y profesional.

5.3 INTERES LABORAL

La experiencia adquirida en este proceso de empalme entre el entorno educativo y el profesional, es muy valiosa ya que aclara la visión de cómo moverse en el campo profesional y laboral, también permite que el estudiante se apropie del mundo en el que se desempeñará profesionalmente

6. FUNCIONES

Las funciones desempeñadas para este proceso de pasantía fue la de diseñar la interfaz gráfica de los tres proyectos (plantillas, iconos, estructura, formas), de acuerdo a lo acordado para cada proyecto se toman decisiones en cuanto a lo que se requería y pretendía para cada uno.

Estas funciones consistían la diagramación de cómo va a estar compuesta la página o portal, esto hace referencia a la distribución de espacio de cómo y dónde va a ir ubicado cada elemento de la página, el diseño de las formas de acuerdo a la coherencia gráfica con el logotipo, diseño de los elementos gráficos como los iconos y demás objetos que acompañan y enriquecen la propuesta, diseño de identidad corporativa, procesos de montaje y pruebas de funcionamiento a los portales.

Todos estos procesos se suman para poder tener como resultado final los tres proyectos terminados y cumplir con las expectativas planteadas.

7. MARCO CONTEXTUAL

Este pasantía se divide en tres proyectos, la creación de tres portales web todos relacionados con el centro de relaciones corporativas de la universidad autónoma a cargo del señor Jesús Hermes Gamboa de acuerdo a los parámetros y directrices dadas por el director del programa.

La realización de este proyecto se realizó en el periodo agosto de 2008 a diciembre de 2008.

8. MARCO TEÓRICO

Para poder tener un acercamiento de lo que es una página o portal web es importante conocer la definición de web.

Antonio Fumero y Genis Roca nos brindan una definición de lo que es la web y comportamiento tecnosocial de la de la web “la web es un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte y a formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento”²

Hace diez años, la web era algo emocionante para la gente. Hoy en día es una herramienta. Si es práctica, la utilizaran; si no lo es, no lo harán. Con tantos sitios y tantas páginas en la web, los usuarios son cada vez menos tolerantes con los sitios difíciles.

La Web es una idea que se construyó sobre la Internet. Las conexiones físicas son sobre la Internet, pero introduce una serie de ideas nuevas, heredando las ya existentes.

Empezó a principios de 1990, en Suiza en el centro de investigación CERN (centro de Estudios para la Investigación Nuclear) y la idea fue de Tim Berners-Lee, que se gestó observando una libreta que él usaba para añadir y mantener referencias de cómo funcionaban los ordenadores en el CERN.

Antes de la Web, la manera de obtener los datos por la Internet era caótica: había un sinfín de maneras posibles y con ello había que conocer múltiples programas y sistemas operativos.

² Definición de web encontrada en el libro WEB 2.0 El contexto, 2005. p.11

La Web introduce un concepto fundamental la posibilidad de lectura universal La World Wide Web consiste en ofrecer una interface simple y consistente para acceder a la inmensidad de los recursos de Internet. Es la forma más moderna de ofrecer información. El medio más potente. La información se ofrece en forma de páginas electrónicas.

El World Wide Web o WWW o W3 o simplemente Web, permite saltar de un lugar a otro en pos de lo que interesa. Lo más interesante es que con unas pocas ordenes se puede mover por toda la Internet usando un único y simple programa. Para que esto fuese posible, se utilizan una serie de conceptos, el más conocido es el hipertexto. Hipertexto son datos que contienen enlaces (links) a otros datos el HTML son “las iniciales de *hypertext mark-up language* las especificaciones originales de html se basaron en sgml, un lenguaje usado por la industria editorial para designar encabezados, caracteres en negrita y cursiva”³.

En el lenguaje Web, un documento de hipertexto no es solo algo que contiene datos, sino que además contiene enlaces a otros documentos. Un ejemplo simple de hipertexto es una enciclopedia que al final de un tema tiene referencias de algún tema en especial o referencias bibliográficas a otros textos.

En Hipertexto, el ordenador hace que seguir esas referencias sea facilísimo. Esto implica que el lector se puede saltar la estructura secuencial del texto y seguir lo que más le gusta; también se pueden hacer enlaces en cualquier lugar, no sólo al final, cada enlace tiene una marca que lo destaca, puede estar resaltado, subrayado o puede estar identificado por un número.

³ COMO CONVERTIRSE EN UN PROFESIONAL DE INTERNET. Antecedentes de html, 2001. p.211

El hipertexto no está limitado a datos textuales, podemos encontrar dibujos del elemento especificado, sonido o vídeo referido al tema. Estos documentos que tienen gran variedad de datos, como sonido, vídeo, texto, en el mundo del hipertexto se llama hipermedia.

El hipertexto es una herramienta potente para aprender y explicar. El texto debe ser diseñado para ser explorado libremente y así se consigue una comunicación de ideas más eficientes.

El programa que se usa para leer los documentos de hipertexto se llama "navegador", el "browser", "visualizador" o "cliente" y cuando seguimos un enlace decimos que estamos navegando por el Web. Así, no hay más que buscar la información o la página deseada y comenzar a navegar por las diferentes posibilidades que ofrece el sistema.

El visualizador nos presentará perfectamente cualquier página html generada por cualquier editor, y los links entre documentos sólo requieren un simple y sencillo comando. Y aún así podremos conseguir el tipo y tamaño de letra y colores de texto y fondo que queramos, simplemente configurando el visualizador.

Los más conocidos son internet Explorer de Microsoft, fire fox. Tienen capacidades diferentes y es importante cuando se crea una página Web, además de un buen diseño, tener en cuenta la compatibilidad, es decir, programar páginas de modo que las acepte cualquier Navegador.

Mediante los Navegadores modernos podemos, acceder a hojas de cálculo, base de datos, vídeo, sonido y todas las posibilidades más avanzadas. Pero el diseño de páginas debe mantener un equilibrio entre utilizar todas las capacidades y la posibilidad de ser leídas por cualquier tipo de Navegador.

Navegar es como llaman los usuarios de la red a moverse de página en página por todo el mundo sin salir de su casa 24 horas los 7 días de la semana...

Existen diferencias entre un portal y una página web, Una página web tradicionalmente hace relación a un documento en internet, disponible para ser leído, con información de consulta de algún tipo, para una empresa, la información sobre quién es, que hace, qué productos o servicios comercializa y con quién comunicarse en caso de que el lector desee hacerlo. Normalmente se contrata un diseño y el contenido se entrega para que sea diagramado por la misma empresa o persona que elabora todo el diseño.

Una página web es altamente estática y en la mayoría de los casos desarrollada completamente en HTML o FLASH que son lenguajes orientados a presentar información hacia el usuario final, lo que significa que cuando las condiciones comerciales de la empresa cambien, se añadan nuevos productos o servicios, debe llamarse nuevamente a quién desarrolló la página original para que haga los cambios y ajustes necesarios. A la larga esto “amarra” a la empresa al diseñador o desarrollador de la página web y como hemos visto en muchos casos, si el mismo ya no está disponible, o está dedicado a otra cosa, la página queda inamovible, muchas veces presentando una imagen que no es la correcta.

Un Portal Web también es una página web o un conjunto de páginas web, pero orientado a lograr la participación del usuario final o lector, con el fin de obtener algo de él, podría ser información más en detalle sobre sí mismo para poder utilizarla luego en campañas personalizadas o visitas personales dirigidas, puede ser el cierre de una venta, en este caso el portal podría ser una tienda virtual que permita que el usuario final seleccione los productos o servicios, defina la forma de pago y realice el pedido. Es posible que el portal esté dirigido a recibir la información de quejas y reclamos por parte de los usuarios, que discrimine la

persona responsable y le haga llegar la información, lleve un control de la solicitud y finalmente a través del mismo portal se haga conocer al usuario el resultado correcto. Pero también un portal es una herramienta que permite integrar soluciones para múltiples tipos de usuarios de su empresa o negocio, sus clientes, proveedores, vendedores, técnicos, ejecutivos, ingenieros, personal de soporte y servicios administrativos y comparten entre todos, obviamente con los niveles de autorización adecuada, la misma información, en línea, que normalmente estará almacenada en una base de datos a la que se accede a través de aplicaciones, muchas veces complejas que hacen de intercambiadores de información.

Un portal es mucho más que una página web, porque es completamente dinámico, este dinamismo depende del tipo de información, grado de participación y el número de usuarios finales. Un portal no solo provee al usuario información, sino que la recopila, lo que se espera es que éste interactúe con la empresa.

Un portal no es simplemente una página web, es una aplicación de negocios que integra nuestra empresa con el mundo exterior y permite de una forma virtual desarrollar nuevas oportunidades y mejorar la eficiencia de nuestros recursos, ampliar cobertura sin necesidad de inversiones físicas, una herramienta para relacionarnos más estrechamente con nuestros clientes y proveedores y crear Fidelidad.

De acuerdo con los patrones de diseño contemplados en el libro ingeniería de la web y patrones de diseño, es posible orientar el diseño hacia un desarrollo centrado en el usuario, ya que las páginas o portales web como aplicaciones interactivas que son, tienen como objeto conseguir que el usuario pueda llevar acabo alguna tarea de una manera eficiente y efectiva, ya sea aprender algo, comprar un producto, comunicarse con alguien o simplemente divertirse. Dicha tarea se realiza a través de un diálogo que se establece entre el usuario y la máquina, que se materializa a través de la interfaz de usuario.

La interfaz de usuario puede representarse por medio de un modelo general en el que se establecen las relaciones entre los principales agentes involucrados, los entornos y los procesos realizados por ambos.

Según Roy rada⁴ los agentes que participan en la interacción son dos, la persona y el computador, y el canal través del cual se materializa el dialogo entre ambos es la interfaz grafica.

El diseño centrado en el usuario, Término acuñado por Gould y Lewis en 1985 Autores del libro como diseñar sistemas usables, tiene como objetivo maximizar la usabilidad del producto para lo cual se asumen cuatro principios básicos.

- Focalización temprana y continua en el usuario: es preciso estudiar las características cognitivas, antropológicas, de actitud y los patrones de comportamiento de los usuarios.
- Medidas empíricas: los usuarios ya sean reales o representantes de grupos de usuarios reales, deben enfrentarse a prototipos o maquetas del producto para llevar a cabo las tareas a las que está destinado.
- Diseño interactivo: el modelo de proceso debe permitir iteraciones en las que se tengan en cuenta los datos recibidos del usuario.
- Diseño integrado: todos los aspectos de diseño de la usabilidad, ya sea la interfaz, la documentación deben evolucionar a la par.

En los inicios de los sitios web la mayoría de las compañías querían sitios atractivos de hecho uno de los libros más vendidos fue “Creating Killer Websites” que abogaba por el uso de páginas cubiertas y otras atrocidades del diseño. Todo esto cambió con la publicación de Nielsen “Diseño de usabilidad web” ya que se

⁴ INGIENIERÍA DE LA WEB Y PATRONES DE DISEÑO. Desarrollo centrado en el usuario, 2003. p.15

publico en la cúspide de la burbuja de internet cambiando la actitud de los profesionales hacia el diseño web, dándose cuenta que los diseños matadores asesinaban el negocio, descubrieron que la mejor forma de hacer negocios en la web era crear sitios que sus clientes pudieran utilizar ya que la gente visita la web con un objetivo en la mente, según Nielsen⁵, ya no es suficiente decir que quiere diseñar para su clientes, si le da a la usabilidad la prioridad que se merece un sitio web, estará diseñando para ellos.

Muchas de las paginas y portales web cuentan con un sin número de ventajas a la hora de presentar su interfaz grafica. Entre las ventajas se encuentra el uso de iconos, ya que los iconos pueden resultar amenos, claros y visualmente atractivos, ocupa poco espacio y su valor refuerza y ayuda a la comprensión del usuario, llegando antes que la información verbal jugando un papel muy importante en términos de usabilidad. Pero no podemos considerar los iconos como la clave para las interfaces del usuario, ya que no pueden suplantar a las palabras en situaciones complejas. Hacerlos bien es costoso y es una tarea que consume mucho tiempo, y por supuesto esto es esencial, ya que un diseño pobre conducirá al usuario a la confusión y a una baja productividad, por ello habrá que confeccionarlo con consistencia, claridad, simplicidad y familiaridad. Es conveniente seguir las siguientes recomendaciones en el diseño: analizar el contenido verbal en relación con el entorno de la pagina, diseñar todos los iconos con el mismo estilo, diseñar un espaciado alrededor del icono de manera que presente organizados los elementos más importantes del icono, usar grandes objetos, líneas resaltadas y áreas simples para distinguir los iconos, simplificar la apariencia. Utilizar el color con discreción, evaluar el diseño mostrando éste a usuarios potenciales.

⁵ USABILIDAD PRIORIDAD EN EL DISEÑO WEB. Usabilidad entonces y ahora, 2006. p.20

Otro punto importante para relacionarse estrechamente con clientes, proveedores y generar fidelidad es concepto de diseño de Marca, que conlleva a los soportes con los cuales se mostrada a los clientes la unificación de todo su material gráfico y publicitario.

En el proceso de la creación de una nueva marca es importante plasmar de forma creativa, las connotaciones de la “promesa” del producto servicio y hacer notar el punto de diferencia de estos respecto a sus competidores, consiguiendo así que sea especial y única.

Los productos bien conocidos por los consumidores han obtenido reconocimiento de marca. Cuando una marca ha acumulado un importante sentimiento positivo entre los consumidores, su propietario ha conseguido valorar la marca según Daniel A. Tauber “experto en tecnología web” y Brenda Kienan “experta en desarrollo de contenidos web”⁶, el resultado de reconocimiento de marca es lo que se conoce en mercadeo como mind share (participación en la mente) esto lleva a obtener una participación en el mercadeo (market share)

Según a la investigación realizada por estos dos autores, información contenida en su libro “como convertirse en un profesional de internet” el 82% de los compradores afirmaron que el reconocimiento de la marca fue el factor central en sus decisiones de compra.

La marca intenta conferir a un producto o servicio una personalidad y una imagen por tanto, esperan fijar la imagen en la mente del consumidor, es decir, asociar la imagen con las cualidades del producto por ello, la marca forma un elemento importante en la publicidad: sirve como un camino rápido para mostrar y decir al consumidor lo que el proveedor está ofreciendo al mercado.

⁶ COMO CONVERTIRSE EN UN PROFESIONAL DE INTERNET. Crear una imagen reconocible, 2001. p.39

La marca comercial no sólo permite la identificación de bienes o servicios sino también representa el prestigio de sus fabricantes.

Los consumidores pueden considerar la marca un aspecto importante del producto y ello puede aportarle valor añadido al mismo.

Es portadora de la reputación del producto o compañía. Un detergente con marca de fabricante puede vender el doble que otra marca. Aunque ambos productos se parezcan uno al otro en casi todos los aspectos, la gente ha aprendido a mirar el producto con marca como mejor y a considerar su mayor coste como compensado por una mayor calidad.

9. METODOLOGIA

Para desarrollar el proyecto se seguirá la siguiente metodología de trabajo:

- Reuniones con cada delegado de proyecto para definir lo que se quiere para cada uno de los proyectos.
- Diseñar las primeras plantillas e iconos de cada proyecto.
- Presentar las propuestas al director de pasantía para su aprobación.
- Presentar las propuestas al cliente.
- Realizar los cambios de cada plantilla o icono según se requiera.
- Una vez aprobados los diseños empezar con el proceso de montaje con las herramientas (software).

9.1 DESARROLLO PLAN METODOLOGICO

Para los tres proyectos se siguió con el plan metodológico planteado en el punto anterior, en un principio se procedía con las reuniones correspondientes para cada

uno de los proyectos, estas reuniones se realizaban al iniciar cada proyecto por separado y en su lazo de tiempo planteado en cada reunión. Las reuniones que tenían como objetivo definir aspectos puntuales como:

- Temática de cada proyecto
- Expectativas para cada proyecto
- Recopilar información acerca de aspectos de diseño en cuanto a sugerencias o estilos gráficos requeridos para cada uno de los proyectos.
- Tiempo requerido para cada uno de los proyectos desde la etapa de diseño hasta su posterior montaje.

Después de las primeras reuniones se procedía con el diseño de las primeras propuestas de cada proyecto, para su posterior aprobación previa por parte del director de pasantía, propuestas que una vez aprobadas por el director se presentaron en reuniones secundarias al comité de cada proyecto para su análisis.

Para cada uno de los proyectos se presentaron reuniones posteriores para analizar cambios requeridos o sugerencias para enriquecer la propuesta de diseño o esclarecer inconformidades, este tiempo requerido estaba contemplado dentro del tiempo predispuesto para cada proyecto planteado en las primeras reuniones reunión.

Después de esta etapa se procedió al montaje de las páginas con la ayuda del grupo de estudiantes asignado para cada proyecto.

9.2 ¿QUE SE CUMPLIO DE LO PACTADO?

Con respecto a los tres proyectos se cumplió con todo los puntos pactados en el plan metodológico, gracias a la formación y conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, conocimientos a los cuales se le sumo la experiencia del director de la

pasantía el profesor CARLOS CERON quien fue pieza fundamental a todo lo relacionado con las páginas web aclarando dudas y brindando recomendaciones de cómo afrontar este tipo de proyectos y como seguir el plan metodológico para que los resultados fueran óptimos.

El desarrollo del plan metodológico cumplió con cada uno de sus puntos planteados, llenando todos los requerimientos y expectativas de las directivas de cada proyecto quienes se mostraron satisfechas ya que las propuestas cumplían con lo que se pretendía mostrar, la prueba de esto son las felicitaciones expresadas por el buen trabajo realizado.

10. SOFTWARE UTILIZADO

. **Adobe ilustrator CS4:** Con esta herramienta se crean imágenes vectoriales para los iconos y logotipos y plantillas

Adobe Photoshop CS4: Con esta herramienta se realiza los retoques a cada propuesta y se aplican ciertos efectos a los elementos

Fireworks: Con esta herramienta se realiza los cortes de las plantillas de acuerdo con la interactividad para su montaje en dreamweaver

Dreamweaver: con esta herramienta se realiza el acople de la paina o portal web para su montaje

Joomla: con esta herramienta se realiza el montaje de la página o portal para hacer más fácil y practico la retroalimentación de la página

11. TALENTO HUMANO

Para estos proyectos se contó con un grupo de diseñadores diferente para cada proyecto, estos estudiantes entraron a formar parte junto con quien escribe de un grupo de trabajo para cada proyecto.

Estos grupos se conformaban justo después de finalizada la etapa de diseño que corría por mi cuenta, los estudiantes entraban a desempeñar, en este grupo de trabajo el papel de montar la información de los portales.

12. CONCLUSIONES

- Para este trabajo se cumplió con todas las expectativas del plan metodológico, al desarrollar los tres portales web de acuerdo a las etapas contempladas en este documento, obteniendo como resultado final portales web que cumplen con las expectativas graficas de los clientes.
- Gracias al diseño grafico se cumplieron los objetivos planteados, brindándole a estos proyectos la oportunidad de convertirse en herramientas de comunicación facilitando la apropiación de los contenidos.
- La suma de todos los procesos aplicados en estos proyectos ayudaron a complementar las competencias adquiridas a lo largo de la carrera de diseño grafico. Viéndose esto reflejado en el resultado de cada proyecto al tomar todas las falencias graficas y convertirlas en oportunidades de llegar al publico objetivo.
- La intención primordial de este trabajo era la de brindar una salida, no solamente grafica a las problemáticas existentes si no también tener en cuenta ciertos criterios de usabilidad para hacer que los portales fuesen de fácil uso para el publico objetivo.

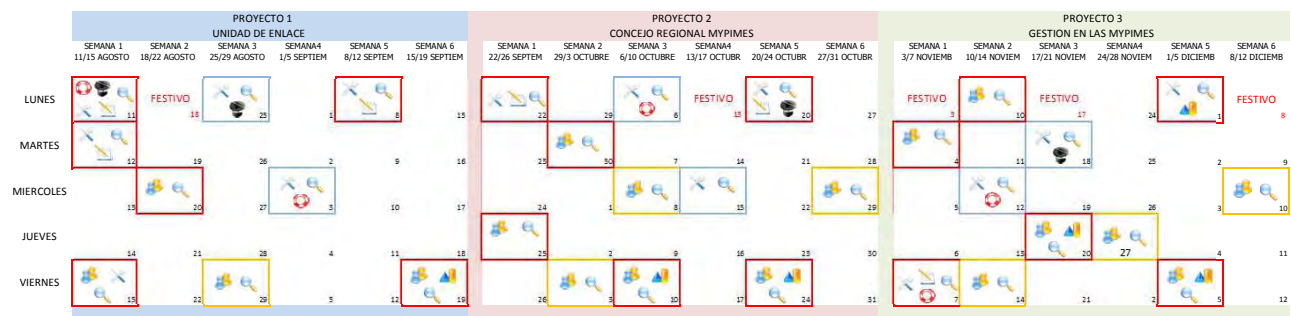
13. BIBLIOGRAFIA

- AEDO, Ignacio; DIAZ, María paloma; MONTERO, Susana. Ingeniería de la web y patrones de diseño: Diseño web. Madrid: Prentice Hall, 2003. 412 p.
- FUMERO, Antonio; ROCA, Ginis. Web 2.0. España: Fundación Orange, 2005. 131 p.
- HAUSER, Tobias; WENZ, Christian. Mastering Mambo: E-Commerce, Templates, Module Development, SEO, Security, and Performance.
- KIENAN, Brenda; TAUBER, Daniel. Cómo convertirse en un profesional de internet. Hungry Minds, Editorial Norma, 2001. 469 p
- KRUG, S., No me hagas pensar. Madrid, Prentice Hall, 2001
- MEYER, Eric. Definitive guide , Estados unidos, O'Reilly, 2006, 536 p
- NIELSEN, Jakob LORANGER, Hoa - Usabilidad: Prioridad en el diseño web. Madrid: Grupo Anaya, 2007. 384 p.
- Pautasde accesibilidad del contenido en la web, España, 2007,164 p
- PATESRSON Douglas - Learning Mambo: A Step-by-Step Tutorial to Building Your Website

14. ANEXOS

ANEXO A: Cronograma de actividades

ANEXO B: Manual de Identidad Unidad de Enlace



CONVENCIONES



REUNIONES



ASESORIAS



ENTREGAS

	CLIENTES
	BRYAN
	CARLOS CERON
	ESTUDIANTES
	JAIME LOPEZ
	ANDRES AGREDO
	TRABAJO



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



1. Presentación.

Dentro de la visión de la unidad enlace y de acuerdo con las expectativas a futuro.

Se estableció como principal objetivo, rediseñar la identidad corporativa de la Unidad de Enlace, para proyectar una nueva imagen y lograr posicionamiento en los diferentes públicos.

La Imagen o Identidad Corporativa es la expresión de la personalidad de una empresa, marca, producto o servicio; la define visualmente y la diferencia de las demás, a través de la identidad corporativa la Unidad de Enlace puede transmitir al público su carácter, su esencia y valores fundamentales, como pueden ser innovación, prestigio, elegancia, sencillez, calidad, y su desempeño a la hora de prestar un servicio.

La imagen corporativa es un factor de fundamental importancia para el posicionamiento de la marca, si la identidad corporativa atrae la atención, es fácil de comprender y expresa credibilidad y confianza, entonces será fácil de recordar y en consecuencia el posicionamiento de la marca será sólido y duradero.

Tomando en consideración estas cuestiones, a continuación presentamos el manual de identidad corporativa de la Unidad de Enlace.

Este manual no pretende coartar la libertad de ideas, pero si ser una guía para permitir el posicionamiento y buen manejo de la identidad visual de la Unidad de Enlace, servirá de consulta en el manejo de imagen y promoción y será un instrumento de apoyo en el cumplimiento de los objetivos de promoción y difusión



2. Objetivos.

Crear y definir la identidad corporativa de la Unidad de Enlace, para proyectar una nueva imagen y lograr posicionamiento en los diferentes públicos.

Captar la atención de todo aquel que requiera información empresarial, por medio del rediseño de la imagen corporativa de la Unidad de Enlace.

Crear un sentido de pertenencia, por parte de las instituciones relacionadas con la Unidad de Enlace a través del establecimiento de un logotipo único y su respectivo sistema de identificación estable.



3. Logotipo.

El logotipo rediseñado que se ha utilizado para este manual y que será utilizado en lo sucesivo en sus diferentes formas y aplicaciones, es el siguiente:



UNIDAD DE ENLACE

Fundamentación del símbolo

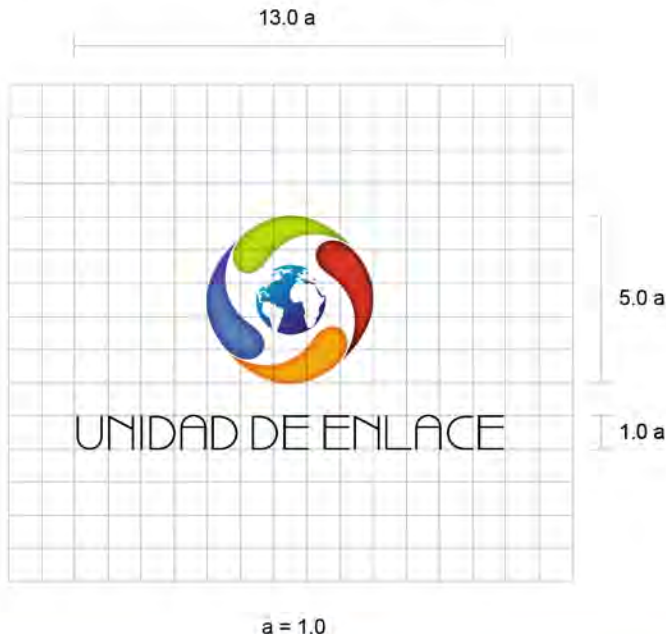
Se elaboró un diseño que identificara a la Unidad de Enlace, utilizando elementos concéntricos y armonícos que identifican a los módulos por los que esta compuesta la marca, estas figuras convergen en un símbolo de globalización como lo es el globo terraqueo.

Todos estos elementos unidos pretenden proyectar al público objetivo una clara relación entre el sentido de la unión y la globalización, de esta manera se logra crear un diseño orgánico en sus formas que cumple con la proyección de la marca.



Retrícula.

Para facilitar la comprensión de cómo está construido el logotipo y proporcionar una herramienta que facilite su manejo y reproducción, a continuación se proporciona una retícula que especifica la relación de sus proporciones.



4. Color y Texto





Color.

Como se explico en el punto anterior, representando la unión y la globalización, el logotipo consta de cinco colores, por lo que se recomienda su impresión en policromía, a excepción de las aplicaciones monocromáticas que se expondrán mas adelante.



UNIDAD DE ENLACE

	C: 32 M: 0 Y: 100 K: 0
	C: 10 M: 94 Y: 100 K: 0
	C: 4 M: 37 Y: 100 K: 0
	C: 86 M: 40 Y: 10 K: 10

-  Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo
-  El color rojo es el del fuego y el de la sangre, por lo que se le asocia al peligro, la guerra, la energía, la fortaleza, la determinación
-  Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad
-  El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad



Texto.

La tipografía usada pertenece a la familia de las geométricas o de palo seco basadas en formas y estructuras geométricas, normalmente monolíneas. Se emplean deliberadamente las mismas curvas y líneas en tantas letras como sea posible, la diferencia entre las letras es mínima.

Nombre:

BRISK REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S

T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v

w x y z

" · \$ % & / () = _ ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

UNIDAD DE ENLACE



5. Versiones.

El logotipo de la Unidad de Enlace podrá utilizarse en las siguientes versiones.

Versión Original



UNIDAD DE ENLACE

Se utilizará en cualquier tamaño, mientras el nombre "UNIDAD DE ENLACE" sea legible

Aplicación en positivo



UNIDAD DE ENLACE



Aplicación negativo



8. Aplicaciones.

Papelería Corporativa.

Con el fin de lograr una imagen uniforme en toda la papelería que manejará la marca a continuación se presentan las principales aplicaciones en papelería.

tarjeta de presentación



Tarjeta de presentación
Formato: 9,0 x 5,0 cm
Orientación: horizontal



NOTA:
La información contenida en las tarjetas de esta presentación es un ejemplo



Hojas membretadas



Hoja membretada carta
Formato: 21,5 x 28,0 cm
Orientación: vertical

Hoja membretada oficio
Formato: 21,5 x 34,0 cm
Orientación: vertical

